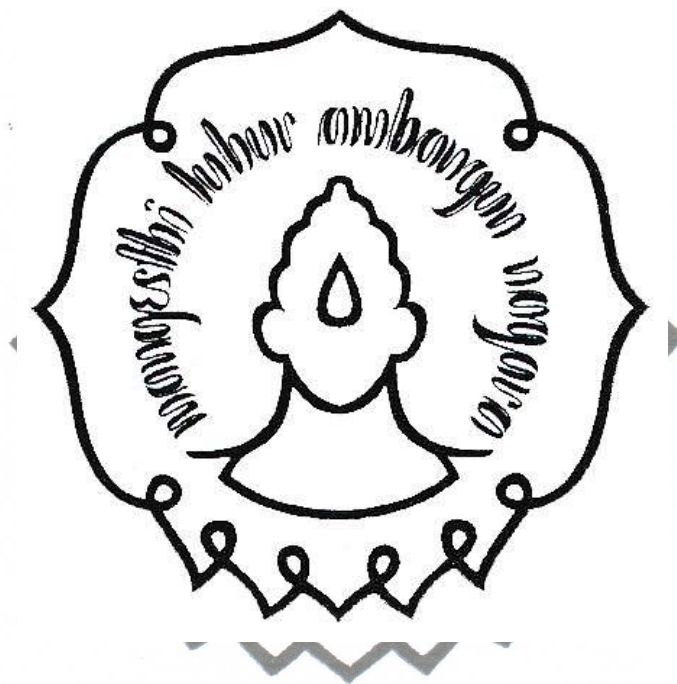


PENGANTAR TUGAS AKHIR

PERANCANGAN IKLAN MARANATHA FUTSAL COURT
DI KABUPATEN KLATEN



**Diajukan untuk melengkapi sebagian persyaratan
guna Mencapai Gelar Ahli Madya Jurusan D3 Desain Komunikasi Visual**

Disusun oleh:
IWAN KRISTANTO
C 9506053

FAKULTAS SASTRA DAN SENI RUPA
UNIVERSITAS SEBELAS MARET SURAKARTA
2009

commit to user

PENGESAHAN

Pengantar Karya Tugas Akhir
Telah Diterima dan Disetujui oleh Panitia Tugas Akhir
Pada tanggal 24 juli 2009
Panitia Penguji

Ketua Sidang Tugas Akhir

Arief Iman Santoso, S.Sn

NIP. 19790 327 200501 1 002

Sekretaris Sidang Tugas Akhir

Jazuli Abdin Munib, S.Sn

NIP. 19750 516 200212 1 001

Pembimbing Tugas Akhir I

Andreas Slamet Widodo,S.Sn

NIP. 19750 516 200212 1 001

Pembimbing Tugas Akhir II

Anugrah Irfan Ismail,S.Sn

Mengetahui

Dekan Fakultas Sastra dan Seni Rupa

Ketua Program D3 Deskomvis

Drs.Sudarno M.A
NIP. 19530314 198506 1 001

Andreas Slamet Widodo, S.Sn
NIP. 19750 516 200212 1 001
commit to user

MOTTO



“Jangan menyerah sebelum berusaha”

commit to user

Iwan Kristanto

PERSEMBAHAN



Orang tua dan keluarga yang selalu

commit to user

memberi semangat

dalam penyelesaian Tugas Akhir

KATA PENGANTAR

Puji syukur kepada Allah SWT yang telah melimpahkan segala rahmat, hidayah dan inayah-Nya, sehingga penulis dapat menyelesaikan Tugas Akhir dengan judul “**PERANCANGAN IKLAN MARANATHA FUTSAL COURT DI KABUPATEN KLATEN**”. Adapun Tugas Akhir ini disusun guna mencapai gelar Ahli Madya program studi D3 Desain Komunikasi Visual Fakultas Sastra dan Seni Rupa Universitas Sebelas Maret Surakarta.

Terselesainya Tugas Akhir ini tentunya tidak lepas dari bantuan, dorongan dan bimbingan kampus maupun lingkungan luar kampus Universitas Sebelas Maret Surakarta. Maka ungkapan rasa terima kasih dan penghargaan yang tinggi pantas penulis sampaikan kepada :

1. Drs . Sudarno MA, selaku Dekan Fakultas Sastra dan Seni Rupa.
2. Andreas Slamet Widodo S.Sn. selaku Ketua Program D3 Desain Komunikasi Visual dan selaku pembimbing I Tugas Akhir.
3. Arief Iman Santoso, S.Sn, selaku ketua sidang Tugas Akhir.
4. Jazuli Abdin Munib, S.Sn, selaku sekretaris sidang Tugas Akhir.
5. Anugrah Irfan Ismail S.Sn, selaku pembimbing II Tugas Akhir.
6. Hermansyah Mutaqin S.Sn, selaku Pembimbing Akademik.
7. Dwi Pramono S.H, selaku pemilik Maranatha Futsal Court.
8. Semua pihak yang telah membantu penulis yang tidak dapat disebutkan satu per satu.

Dengan segala keterbatasan dan kekurangan yang ada, penulis menyadari bahwa Tugas Akhir ini jauh dari sempurna. Untuk itu segala kritik dan saran yang bersifat membangun akan penulis terima dengan hati dan pikiran terbuka. Dan semoga hasil penulisan ini bermanfaat bagi kita semua. Amin.

Surakarta, 25 juni 2009

Penulis,

Iwan Kristanto



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
 BAB I. PENDAHULUAN	
A. Latar Belakang Masalah	1
B. Rumusan Masalah	2
C. Tujuan Prancangan	2
 BAB II. IDENTIFIKASI DATA	
A. Data Produk	4
B. Data Lapangan Futsal	5
C. Harga Sewa.....	5
D. Strategi Pemasaran	5
E. Target	6
F. Kompetitor	9
 BAB III. KONSEP PERANCANGAN	
A. Konsep Karya	10
B. Konsep Perancangan	11
<i>commit to user</i>	
C. Teknik Pelaksanaan	17

D. Media Placement	18
--------------------------	----

BAB IV. VISUALISASI KARYA

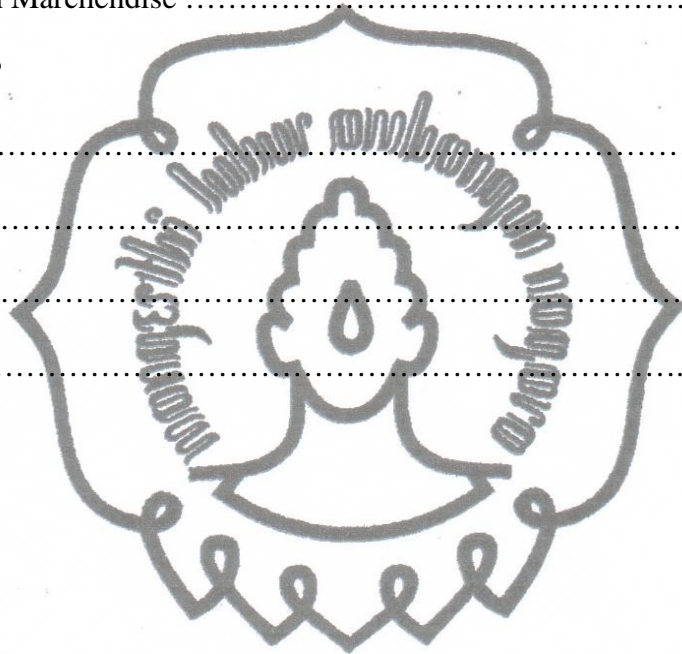
A. Logo	31
B. Media Penunjang (stationary)	35
C. Media Lini Atas	45
D. Media Lini Bawah	49
E. Souvenir dan Merchandise	52

BAB V. PENUTUP

A. Kesimpulan	59
B. Saran	59

Daftar Pustaka	60
-----------------------------	----

Lampiran	61
-----------------------	----



DAFTAR ISI

HALAMAN JUDUL	i
HALAMAN PERSETUJUAN.....	ii
HALAMAN PENGESAHAN	iii
HALAMAN MOTTO	iv
HALAMAN PERSEMBAHAN	v
HALAMAN KATA PENGANTAR	vi
DAFTAR ISI	vii
 BAB I. PENDAHULUAN	
D. Latar Belakang Masalah	1
E. Rumusan Masalah	2
F. Tujuan Prancangan	2
 BAB II. IDENTIFIKASI DATA	
G. Data Produk	4
H. Data Lapangan Futsal	5
I. Harga Sewa.....	5
J. Strategi Pemasaran	5
K. Target	6
L. Kompetitor	9
 BAB III. KONSEP PERANCANGAN	
E. Konsep Karya	10
F. Konsep Perancangan	11
<i>commit to user</i>	
G. Teknik Pelaksanaan	17

H. Media Placement	18
--------------------------	----

BAB IV. VISUALISASI KARYA

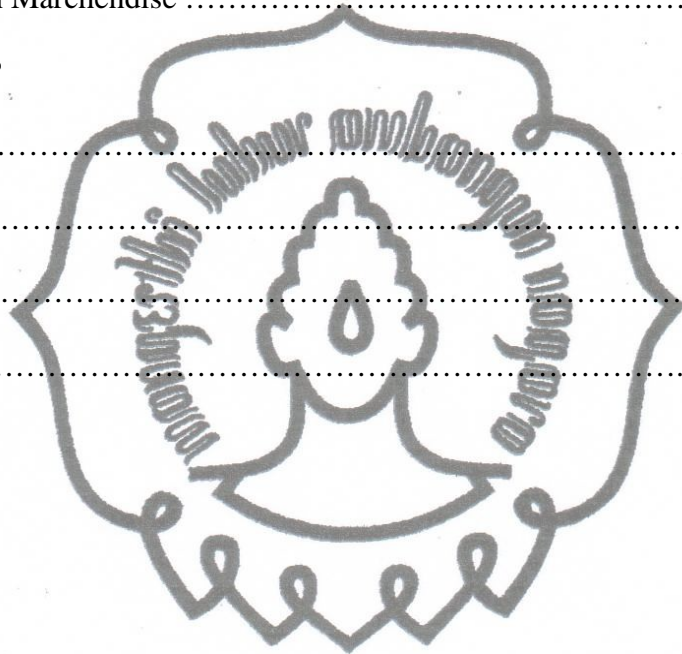
F. Logo	31
G. Media Penunjang (stationary)	35
H. Media Lini Atas	45
I. Media Lini Bawah	49
J. Souvenir dan Merchandise	52

BAB V. PENUTUP

C. Kesimpulan	59
D. Saran	59

Daftar Pustaka	60
-----------------------------	----

Lampiran	61
-----------------------	----



BAB I

PENDAHULUAN

A. LATAR BELAKANG

Olahraga merupakan salah satu kegiatan orang untuk menjaga stamina tubuh agar tetap sehat. Banyak olahraga yang digemari oleh masyarakat Indonesia antara lain sepak bola, tenis, bulu tangkis dan olah raga permainan lainnya. Belakangan ini muncul *trend* olahraga baru yaitu futsal. Futsal berasal dari kata spanyol Ditan portugis yaitu *foot ball* dan skala. Futsal adalah olahraga yang permainannya menggunakan bola dimainkan oleh dua regu yang masing-masing beranggotakan lima orang. Permainan futsal mirip sekali dengan sepak bola yaitu memasukkan bola kedalam gawang lawan dengan memanipulasi bola menggunakan kaki. Karena permainannya seperti sepak bola tersebut, futsal disebut sepak bola mini.

Di Indonesia sendiri *trend* futsal mulai berkembang, namun para penggemar futsal sulit untuk mendapatkan tempat sebagai lapangan bermain. Dari pernyataan tersebut maka banyak para pemilik lahan yang mengubah lahan tersebut menjadi lapangan futsal dengan tujuan disewakan oleh penggemar futsal karena dinilai sangat menguntungkan. Dari banyaknya tempat persewaan futsal yang ada, menyebabkan persaingan usaha tersebut sangat ketat. Untuk memenuhi target yang ingin dicapai, maka para pengelola tempat persewaan futsal dituntut untuk berusaha agar dapat menarik perhatian pelanggan sehingga tidak beralih ketempat yang lain. Salah satu upaya tersebut adalah dengan menjaga fasilitas-fasilitas *futsal court* serta bersikap ramah terhadap pelanggan.

Dari banyaknya persewaan tempat futsal yang bermunculan di kota klaten, maka penulis mengangkat “Maranatha Futsal Court” yang terletak di Tirta Mulya Gergunung Klaten Utara yang telah berdiri sejak bulan September 2008 melalui

media periklanan agar dikenal di masyarakat luas dengan judul “PERANCANGAN IKLAN MARANATHA FUTSAL COURT DI KABUPATEN KLATEN”.

B. Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang diatas maka ada beberapa masalah yang muncul, antara lain:

1. Bagaimana membuat rancangan iklan yang sesuai untuk mempromosikan “Maranatha Futsal Court”?
2. Bagaimana menentukan media periklanan yang sesuai untuk “Maranatha Futsal Court”?
3. Bagaimana bentuk iklan yang sesuai agar “Maranatha Futsal Court” menjadi pilihan tempat persewaan bagi penggemar futsal?

C. Tujuan Perancangan

Dengan adanya iklan ini, agar tercapai tujuan untuk meningkatkan target persewaan dan masyarakat lebih mengenal tempat futsal ini dengan harapan dapat menambah pelanggan. Adapun tujuan dari pembuatan perancangan iklan Maranatha futsal court, antara lain :

1. Membuat rancangan material iklan yang menarik untuk mendukung iklan “Maranatha futsal court”.
2. Menentukan iklan yang mudah dipahami dan komunikatif agar “Maranatha futsal court” menjadi salah satu pilihan masyarakat.
3. Membentuk iklan yang sesuai untuk “Maranatha futsal court”, melalui media

komunikasi visual, misalnya dalam bentuk souvenir, media indoor maupun media outdoor.



BAB II

IDENTIFIKASI DATA

A. Data Produk

Maranatha Futsal Court didirikan pada bulan september 2008 oleh Dwi Pramono S.H. Memiliki luas keseluruhan 500 m². Gedung ini menghadap ke selatan. Dari pintu masuk bangunan ini memperlihatkan tiga buah gubuk bambu beratapkan jerami. Tiga gubuk ini digunakan untuk tempat para pelanggan menunggu giliran jam sewa ataupun tempat istirahat para penyewa yang usai bermain futsal sambil melihat permainan team lain yang sedang bermain kala itu. Di ujung lagi di buat bangunan sebagai kantor resepsionis dan dua kamar kecil.

Dari lahan yang tersisa, sepenuhnya untuk gedung lapangan futsal. Gedung futsal memiliki alas dari ubin yang di cat layaknya lapangan futsal lainnya hal ini dikarenakan untuk meminimaliskan harga persewaan yang sesuai dengan daya sewa masyarakat sekitar yang kalau dari rumput sintetis biaya sewanya akan lebih mahal. Dari atapnya sendiri terbuat dari *fiberglass* yang berusukkan besi-besi yang lebih ringan namun kuat.

Pada mulanya tempat ini merupakan sawah yang merupakan warisan dari keluarga. Dilihat dari letaknya yang strategis dan cukup luas, maka timbul ide dari sang pemilik untuk mendirikan tempat futsal karena dinilai sangat menguntungkan.

B. Data Lapangan Futsal

1. Ukuran: panjang 22 m x lebar 12 m
2. Garis batas: garis selebar 8 cm, yakni garis sentuh di sisi, garis gawang di ujung-
ujung, dan garis melintang tengah lapangan; 3 m lingkaran tengah, dengan batas

paling akhir tembok bangunan.

3. Daerah penalti: busur berukuran 6 m dari setiap pos.
4. Garis penalti: 6 m dari titik tengah garis gawang.
5. Garis penalti kedua: 12 m dari titik tengah garis gawang
6. Zona pergantian: daerah 6 m (3 m pada setiap sisi garis tengah lapangan) pada sisi tribun dari pelemparan.
7. Gawang: tinggi 2 m x lebar 3 m.

C. Harga Sewa

Pukul 06.00 - 10.00 =Rp 30.000,-

Pukul 10.00 - 15.00 =Rp 40.000,-

Pukul 15.00 - 24.00 =Rp 60.000,-

D. Strategi Pemasaran

Sejak tempat ini berdiri, perusahaan melakukan promosi lewat selebaran yang ditempelkan di tempat umum dan menyiarkan lewat radio dengan berbagai penawaran menarik, yaitu dengan memberikan potongan harga sewa, serta memberi bonus pada tiap regu sewa berupa 2 botol air mineral dan sovenir cantik yang berupa pin. Dari strategi pemasaran yang digunakan oleh Maranatha Futsal Court ini mampu mendapat respon dari penggemar futsal di klaten sehingga banyak yang berdatangan untuk bermain di lapangan ini.

E. Target

Dari berbagai macam iklan yang dibuat, diusahakan agar sampai dan mengena kepada sasaran konsumen, yang meliputi *Target Market* dan *Target Audience*.

1.Target Market

Sasaran yang dituju oleh "Maranatha Futsal Court" melalui periklanan pada umumnya adalah masyarakat sekitar. Banyaknya masyarakat yang gemar akan olahraga futsal dapat meningkatkan target market yang lebih besar. Hal tersebut dapat menumbuhkan keinginan para penggemar futsal untuk mencoba menggunakan lapangan tersebut. Dari sinilah para masyarakat akan menyampaikan ke teman ataupun penggemar futsal lainnya.

2.Target Audience

a.Primer

1) Segmen Geografis : Wilayah sekitar kota klaten

2) Segmen Demografis :

Jenis kelamin : Laki-laki

Usia : 15 sampai 30 tahun

Sosial Ekonomi : Lapisan menengah ke bawah

Pendidikan : Semua pendidikan

Agama : Semua Agama

3) Segmen Psikografis :

Gaya hidup : masyarakat yang gemar olah raga futsal

b)Sekunder

1) Sekmen Geografis : Sekitar kota klaten

2) Segmen Demografis :

Jenis kelamin : Laki-laki

Usia : 30 tahun ke atas

Sosial Ekonomi : Lapisan menengah ke atas

Pendidikan : Semua pendidikan

commit to user

Agama : Semua Agama

3) Segmen Psikografis

Gaya hidup : masyarakat yang menyukai dan ingin belajar olahraga futsal

3.Target Visual

Mengingat target *audience* yang dimiliki cakupan yang cukup luas, target visual menggunakan strategi dengan berbagai macam media promosi yang dirasa efektif, untuk mengkomunikasikan pesan kepada khalayak sasaran sehingga terjadi komunikasi balik dari sasaran promosi:

Media komunikasi visual yang dirasa efektif menjadi target visual sebagai media promosi "Maranatha Futsal Court" adalah :

a. Media penunjang administrasi (*stationery*)

- 1) Kertas surat
- 2) Amplop
- 3) Kartu nama
- 4) Map
- 5) Jam dinding
- 6) Kalender
- 7) Kartu pengenalan (*Id Card*)
- 8) Nota
- 9) Jadwal sewa
- 10) Kaos Seragam

b. Media lini atas (*above the line media*)

- 1) Iklan koran
- 2) Poster

commit to user

3) X-Banner

4) *Name Board*

c. Media lini bawah (*below the line media*)

1) Spanduk

2) Leaflet

3) *Flagchai*

d. Souvenir

1) Gantungan kunci

2) Pembatas buku

3) Stiker

4) Pin

5) Mug

6) Kaos

7) Topi



F. Kompetitor

1. Venus Futsal Court

Tempat ini terletak berdekatan dari Maranatha Futsal Court dengan alamat Jl. Wahidin Sudirohusodo No. 123 Klaten Utara.

a. Keunggulan :

- Letaknya yang strategis yaitu di pinggir jalan raya sehingga dengan mudah untuk menarik pelanggan yang ingin bermain di tempat futsal tersebut.

b. Kekurangan :

- Lapangan futsal menggunakan konsep outdoor sehingga saat hujan tiba para pemain akan kehujanan.

2. Bias Futsal Court

commit to user

Tempat ini terletak di Jl. Cendrawasih No. 651 Klaten Tengah.

a. Keunggulan :

- Sudah lama berdiri sehingga sudah mempunyai banyak pelanggan.

b. Kekurangan :

- Kurangnya memperbarui fasilitas yang ada.



BAB III

KONSEP PERANCANGAN

A.Konsep Karya

1. Konsep Kreatif

Dalam perancangan media promosi yang digunakan, dirumuskan konsep kreatif yang terdiri dari gaya desain serta karakteristik visual sebagai unsur pendukungnya. Strategi kreatif yang digunakan, yaitu memakai konsep periklanan dengan *strategi positioning* dan *unique selling proposition* (USP) terhadap citra dan keunggulan yang dimiliki oleh “Maranatha Futsal Court” dengan tujuan:

1. Untuk memperkenalkan “Maranatha Futsal Court” sebagai tempat persewaan lapangan futsal yang mempunyai tempat nyaman dan menarik dibanding dengan lapangan futsal lainnya, sehingga diyakini dapat menumbuhkan minat konsumen agar bermain futsal di “Maranatha Futsal Court”.
2. Merancang dan menciptakan desain untuk media iklan yang unik, menarik dan komunikatif untuk “Maranatha Futsal Court”.

2. *Positioning*

Positioning menurut istilah adalah yang dilakukan oleh periklanan dalam benak konsumen (Al Ries dan Jack Trout). Jadi *positioning* merupakan strategi penempatan diri dalam upaya mewujudkan apa yang sudah menjadi tujuannya. Dengan memperkenalkan keberadaan “Maranatha Futsal Court” kepada khalayak sebagai tempat futsal yang mempunyai karakteristik nyaman dan menarik sehingga diharapkan dapat menumbuhkan minat konsumen dengan media iklan, oleh sebab itu *positioning*-nya adalah menempatkan “Maranatha Futsal Court” sebagai tempat futsal yang mempunyai tempat yang nyaman dan menarik dibanding dengan tempat futsal lain.

commit to user

B. Konsep Perancangan

Perancangan visual *identity* ini dimaksudkan untuk menguatkan *brand awareness* "Maranatha Futsal Court" kepada konsumen. Sehingga dapat membentuk citra seperti yang diharapkan dan menjadi tempat futsal dengan menonjolkan nuansa yang nyaman dan menarik. Oleh karena itu, metode perancangan promosi juga mempertimbangkan berbagai aspek baik dalam hal pesan, seperti media yang akan dipilih dan bentuk penyajian pesan yang akan di tampilkan. Selain memperhatikan tiga hal pokok untuk tujuan yang digunakan, yaitu jangkauan (*reach*), gelombang (*frequency*), dan kesinambungan (*continuity*).

Kegiatan pembuatan karya yang mendukung dalam proses perancangan karya visual ada beberapa tahap yang dijalankan agar karya-karya visual yang akan didesain dan dibuat agar efektif dan efisien yang dapat mendukung dalam kegiatan mengenalkan dan mempromosikan "Maranatha Futsal Court".

1. Strategi Visual Secara Umum

Sesuai dengan tujuan perancangan *visual identity* ini, maka untuk mengenalkan "Maranatha Futsal Court" dengan berbagai media iklan antara lain; media perlengkapan seperti *stationary*, souvenir, dan media penunjang iklan seperti iklan koran, brosur, poster, spanduk serta X-baner.

Selain untuk mengenalkan dan mempromosikan "Maranatha Futsal Court", perancangan *visual identity* ini juga membentuk citra "Maranatha Futsal Court" sebagai tempat futsal yang nyaman dan menarik.

2. Strategi Visual Verbal

a. Kepala berita / judul (*headline*)

Headline adalah bagian terpenting dari suatu iklan, yang biasa dipakai sebagai penangkap perhatian utama (*eye chatcher*). *Headline* harus dibuat semenarik mungkin

untuk memikat pembacanya. *Headline* yang digunakan untuk iklan ini adalah logo “Maranatha Futsal Court”.

b. Anak judul (*sub headline*)

Sub headline (anak judul) adalah jembatan penghubung antara headline dengan body text. *Sub headline* digunakan untuk memperjelas *sub headline* secara singkat dari isi pesan yang disampaikan. *Sub headline* yang digunakan adalah “Tempat Futsal Wong Klaten”.

c. Teks inti (*body copy*)

Body copy merupakan penjelasan dari apa yang tertuliskan dalam headline sampai diperkirakan pembaca sudah mampu untuk memahaminya. Sehingga perlu dibuat sekomunikatif dan seefektif mungkin. *Body copy* menjadi perluasan ide yang disampaikan oleh headline dan ilustrasi. Dalam penerapan pada promosi “Maranatha Futsal Court” ini, *body copy* akan digunakan adalah sesuatu yang ditawarkan yaitu “Dapatkan souvenir menarik setiap transaksi penyewaan” dan fasilitas “Maranatha Futsal Court”.

d. Kalimat dasar (*base line*)

Kalimat dasar merupakan unsur lain yang biasanya ditempatkan dibagian bawah dari bidang keseluruhan (biasanya tercantum nama perusahaan, *brand name*, dan juga slogan). *Base line* yang digunakan pada materi iklan kali ini adalah alamat lengkap dari “Maranatha Futsal Court” yaitu “Tirto Mulyo Gergunung Klaten Utara” dan nomor telfon.

3. Strategi Visual Non Verbal

Dalam penyajian pesan tidak hanya menggunakan kata-kata berupa informasi dan ajakan, melainkan perlu adanya dukungan oleh bentuk visual yaitu dengan menempatkan ilustrasi yang tepat dengan informasi verbal di dalamnya.

a. *Layout*

Layout adalah mengatur penempatan berbagai unsur komposisi, seperti huruf teks, garis-garis, bidang-bidang, gambar-gambar dan sebagainya. *Layout* yang digunakan untuk iklan “Maranatha Futsal Court” adalah menyesuaikan bidang media iklan.

b. *Ilustrasi*

Perencanaan ilustrasi harus terkait atau tidak lepas dari fungsi utama ilustrasi yaitu menarik perhatian, merangsang minat pembaca keseluruhan pesan, menonjolkan keistimewaan produk, menjelaskan pesan pembaca, menciptakan suasana yang khas, mendramatisasikan pesan dan mendukung judul iklan. Ilustrasi dapat membantu memperjelas perbedaan yang ditimbulkan oleh bahasa kata-kata ataupun ungkapan verbal. Ilustrasi juga merupakan unsur penting yang digunakan berkomunikasi lewat suatu gambar baik realistik, coretan garis atau penggabungan suatu bidang tertentu. Fungsi dari ilustrasi tersebut adalah :

- 1) Menarik perhatian.
- 2) Medramatisir suatu pesan.
- 3) Menciptakan suatu suasana khusus.
- 4) Menciptakan keistimewaan suatu produk atau jasa.

c. *Typography*

Typography adalah suatu seni dalam memilih, mengatur bentuk, jenis ukuran untuk keperluan percetakan maupun pra-produksi (Rhenald Kasali, 1995 : 50). *Typography* sangat penting dalam desain grafis karena mewakili isi yang akan disampaikan dari iklan tersebut. Perancangan *typography* didasarkan pada pertimbangan gaya desain, fungsi dan juga karakter huruf yang digunakan. Dari tema yang diangkat, pemilihan *typography* disesuaikan dengan gaya desain iklan yang

sederhana dan *sporty* namun tetap *eye catching*, sesuai dengan karakteristik “Maranatha Futsal Court”. Huruf-huruf yang dipakai adalah:

1). Arial

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Alasan pemilihan font:

Arial memiliki karakteristik yang tidak terlalu mencolok dan dalam media periklanan digunakan sebagai penulisan alamat dan penulisa teks iklan.

2). **Arial Black**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ
abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Alasan pemilihan font:

Memiliki karakteristik yang tegas, *simple* sehingga mudah untuk dibaca.

3). **Kabel Ult BT**

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

Alasan pemilihan font:

Memiliki karakteristik tegas dan bentuk yang unik.

4). Impact

ABCDEFGHIJKLMNOPQRSTUVWXYZ abcdefghijklmnopqrstuvwxyz
1234567890

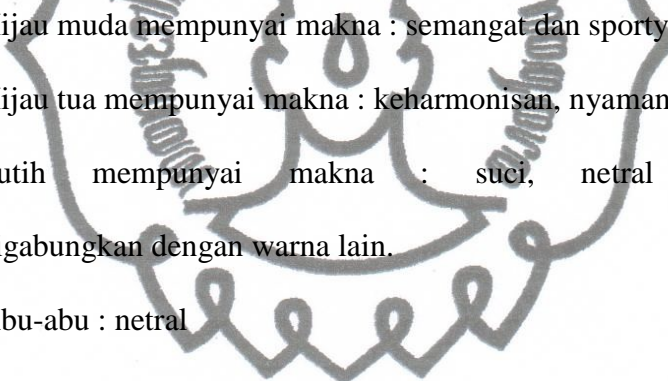
Alasan pemilihan font:

Memiliki karakteristik *sporty*. *commit to user*



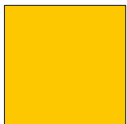




d. Warna

Warna merupakan unsur penting dalam promosi yang dilakukan dengan media komunikasi visual, sebab warna mempunyai bahasa komunikasi tersendiri yang disampaikan lewat penglihatan (visual). Penggunaan warna menunjukkan identitas dari produk (*identification marks*) tersebut yang selanjutnya akan selalu dipakai dalam setiap media visual yang akan digunakan.

Warna-warna yang digunakan untuk perancangan iklan “Maranatha Futsal Court” adalah warna yang tegas, sporty, serta mempunyai paduan warna yang serasi. Warna-warna yang dipilih yaitu hijau tua, hijau muda, putih, abu-abu, kuning, merah dan hitam. Warna-warna tersebut dipilih karena memiliki karakteristik.

- 
- a. Hijau muda mempunyai makna : semangat dan sporty
 - b. Hijau tua mempunyai makna : keharmonisan, nyaman,sejuk.
 - c. Putih mempunyai makna : suci, netral sehingga cocok digabungkan dengan warna lain.
 - d. Abu-abu : netral
 - e. Kuning mempunyai makna : semangat.
 - f. Merah mempunyai makna : energi, kehangatan dan berani.
 - g. Hitam mempunyai makna : tegas, kemantapan.

Berikut ini adalah contoh warna yang digunakan dalam perancangan iklan:

	C= 40 M= 0 Y= 100 K= 0		C= 0 M= 0 Y= 0 K= 0		C= 0 M= 20 Y= 100 K= 0
	C= 100 M= 0 Y= 100 K= 0		C= 0 M= 0 Y= 0 K= 10		C= 0 M= 100 Y= 100 K= 0
			C= 0 M= 0 Y= 0 K= 100		

e. Logo

Logo adalah simbol yang biasanya dibuat sebagai ikon yang mempunyai karakteristik atau ciri khas. “Maranatha Futsal Court” belum mempunyai logo. Oleh karena itu perlu adanya perancangan logo yang sesuai. Logo “Maranatha Futsal Court” harus bersifat *sporty*. Logo dibuat dari perpaduan logo tipe dan logo graf. Logo graf di ambil dari seorang yang sedang menendang bola, yang mana tendangan bola tersebut diarahkan ke atas. Sehingga logo tersebut memotifasi “Maranatha Futsal Court” untuk terus bergerak keatas untuk bisa terus menjadi lebih baik. Logo graf tersebut juga membentuk huruf ”M” yang merupakan inisial dari “Maranatha” dan di bawahnya bertuliskan logo tipe dari nama “Maranatha” dengan font impact yang diolah lagi agak miring yang mempresentasikan bergerak maju dan dibawahnya lagi bertuliskan “Futsal Court” dengan font arial yang merupakan penegasan jasa tempat lapangan futsal.

C. Teknik Pelaksanaan

Seluruh rangkaian dari mulai menentukan konsep karya sampai konsep perancangan, dipilih media promosi yang efektif dan efisien yang sesuai dengan konsep karya dan konsep perancangan. Pembuatan desain dilakukan dengan komputer menggunakan *software* Corel Draw. Setelah pembuatan desain selesai maka langkah selanjutnya adalah visualisasi dengan menggunakan cetak *print* dan *offset*. Selanjutnya adalah penempatan media sesuai dengan kebutuhan dari desain yang dibuat.

D. Media Placement

Media Placement adalah segala sesuatu untuk mengaplikasikan atau menyampaikan iklan. Pemilihan media merupakan masalah mencari cara dan biaya yang paling efektif untuk menampilkan sejumlah pemberan yang dikehendaki kepada khalayak sasaran. Strategi media diperlukan agar pesan-pesan periklanan yang akan disampaikan dapat dirancang dan dilakukan dengan baik. Hal ini dimaksudkan agar apa yang akan disampaikan dapat diterima masyarakat luas. Media promosi “Maranatha Futsal Court” tersebut harus tepat dan terseleksi dengan mempertimbangkan :

- a. Media lini atas (*above the line*)
 - Terdiri dari iklan-iklan yang dimuat dalam media cetak, serta media luar ruang (seperti papan reklame).
- b. Media lini bawah (*below the line*)
 - Terdiri dari seluruh media selain media di atas, seperti *direct mail*, pameran, *point of sale display* material, kalender, agenda, pin, atau tanda mata.

Promosi dalam media lini atas dan media lini bawah diantaranya :

1. Media Penunjang Administrasi (*stationery*)

- a) Kertas Surat (kop surat)

Alasan Pemilihan Media :

- Kop surat dipilih karena sangat penting bagi suatu perusahaan untuk mengirimkan informasi pesan perorangan atau lembaga. Jadi kertas surat ini sangat efektif untuk menyebarkan iklan karena saat orang membaca isi surat maka bersamaan juga pesan dari iklan tersebut tersampaikan.

Konsep Desain :

- Desain yang digunakan dalam kop surat adalah desain yang *simple* dengan garis lengkung dan terdapat logo “Maranatha Futsal Court” dan ilustrasi bola.

Penempatan Media :

- Dapat ditempatkan pada kantor maupun perusahaan. Dan biasanya media iklan kertas surat ini ditempatkan untuk keperluan surat menyurat antara perusahaan maupun klien.

b) Amplop

Alasan pemilihan media :

- Sebagai pasangan dari kertas surat yang nantinya akan digunakan sebagai salah satu item media untuk iklan

Konsep Desain :

- Sebagai pasangan dari kertas surat, sudah pasti desain diseragamkan dengan kertas surat yaitu, desain yang *simple* dengan garis lengkung dan terdapat logo “Maranatha Futsal Court” dan ilustrasi bola.

Penempatan Media :

- Penempatan dari media amplop tidak jauh berbeda dengan kertas surat. Media ini merupakan satu kesatuan. Biasanya di pasang oleh media kertas surat. Media ini biasanya dipergunakan untuk bagian surat menyurat dari perusahaan kepada *clien*.

c) Kartu Nama

Alasan pemilihan media:

- Kartu nama dipilih karena memungkinkan untuk selalu diberikan masyarakat luas. Hal ini kartu nama sangat tepat untuk media iklan.

Konsep Desain :

- Bentuk desain kartu nama ini persegi panjang. Pada kartu nama ini dicantumkan nama pemilik atau karyawan, alamat “Maranatha Futsal Court” telepon dan didukung dengan logo “Maranatha Futsal Court”.

Penempatan Media :

- Biasanya penempatan media ini (kartu nama) langsung kepada pemegang.

d) Map

Alasan Pemilihan Media:

- Map dipilih sebagai tempat meletakkan surat-surat penting maupun dokumen untuk keperluan dalam hubungan dengan lembaga lain maupun perorangan.

Konsep Desain :

- Seperti map pada umumnya map ini berbentuk lipatan untuk menyimpan dokumen didalamnya. Desain yang digunakan adalah desain yang *simple* dengan garis lengkung dan terdapat logo “Maranatha Futsal Court” dan ilustrasi bola.

Penempatan Media :

- Ditempatkan dilaci atau lemari sebagai pelindung dokumen-dokumen yang penting.

e) Jam Dinding

Alasan Pemilihan Media :

- Jam dinding merupakan penunjuk waktu, hal ini jam dinding merupakan media iklan yang bagus karena disaat orang melihat waktu bersamaan itu pula iklan terwujud.

Konsep Desain :

- Di desain dengan ilustrasi bola yang besar, karena jam berbentuk bulat serta logo ditempatkan ditengah bawah jarum jam.

Penempatan Media :

- Ditempatkan di dinding ruang tamu.

f) Kalender

Alasan Pemilihan Media :

- Kalender berfungsi untuk melihat waktu baik hari, bulan maupun tahun. Kalender merupakan media yang efektif karena hampir setiap orang melihat kalender dan promosi yang disampaikan dapat terbaca setiap harinya. Hal ini kalender sangat penting dan hampir semua rumah mempunyai kalender.

Konsep Desain :

- Kalender ini berbentuk kalender duduk karena lebih praktis. Desainnya menonjolkan maskot yang digunakan sebagai media menuliskan tanggal, terdapat logo. Desain yang digunakan adalah *simple* dengan garis lengkung dan terdapat logo “Maranatha Futsal Court” dan ilustrasi seorang kiper menangkap bola.

Penempatan Media :

- Ditempatkan pada meja *resepsionist* karena mudah untuk dilihat.

g) *Id card*

Alasan Pemilihan Media :

- Id card sangat penting untuk pengenalan karyawan terhadap pelanggan.

Konsep Desain :

- ID Card didesain dengan menampilkan logo, nama dan foto karyawan.

Penempatan Meda :

- Dikalungkan oleh semua karyawan perusahaan sebagai tanda pengenalan pegawai.

h) Nota

Alasan Pemilihan Media :

- Nota sangat penting untuk melakukan transaksi persewaan lapangan.

Konsep Desain :

- Desain nota ini seperti nota biasanya desain yang *simple* dengan garis lengkung, terdapat alamat dan logo “Maranatha Futsal Court”.

Penempatan Media :

- Biasanya di gunakan untuk perhitungan harga sewa lapangan futsal pada setiap selesai melakukan transaksi yang ada.

h) Jadwal sewa

Alasan Pemilihan Media :

- Jadwal sewa sangat penting untuk mengetahui jam yang sudah dipesan ataupun belum, sehingga akan mempermudah pelanggan dalam menentukan jam yang akan dipesan.

Konsep Desain :

- Desain jadwal sewa ini menyantumkan hari dan jam. Desain yang digunakan adalah *simple* dengan garis lengkung, terdapat alamat dan logo “Maranatha Futsal Court”.

Penempatan Media :

- Ditempel di dinding resepsionis.

i) Kaos

Alasan Pemilihan Media :

- Kaos dipilih sebagai media karena kaos sangat penting digunakan sebagai seragam karyawan untuk membedakan antara karyawan dan pelanggan.

Konsep Desain :

- Ilustrasi seorang kiper yang sedang menangkap bola dan dibawahnya terdapat logo dari “Maranatha Futsal Court”.

Penempatan Media :

- Dipakai sebagai seragam karyawan.

2. Media Lini Atas

a) Iklan Koran

Alasan Pemilihan Media :

- Kapasitas jumlah pembaca koran lebih besar dibanding dengan pembaca media cetak lainnya. Oleh karena itu iklan yang ditempatkan di media koran atau surat kabar diharapkan dapat mengena kepada seluruh pembacanya.

Konsep Desain :

- Desain yang digunakan dalam iklan koran adalah desain yang *simple* dengan garis lengkung dan terdapat logo “Maranatha Futsal Court” dan ilustrasi seorang kiper menangkap bola.

Penempatan Media :

- Ditempatkan dikoran Solo Pos yang mencakup dikawasan wilayah klaten dan surakarta. Ditayangkan satu minggu dan ditempatkan diseputar layanan jasa.

b) Poster

Alasan Pemilihan Media :

- Poster penunjang iklan yang sangat strategis karena dapat di tempel dimana saja. Selain itu poster lebih tahan lama dalam membaca dan memahami pesan yang ingin disampaikan.

Konsep Desain :

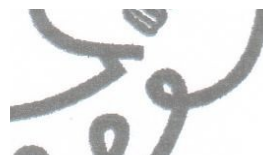
- Poster berukuran A2, desain yang *simple* dengan garis lengkung, terdapat logo “Maranatha Futsal Court”, ilustrasi seorang kiper menangkap bola.

Penempatan Media :

- Biasanya poster banyak di tempel di sudut-sudut jalan karena merupakan media yang efektif dalam sebuah promosi.

c) X-Banner

Alasan Pemilihan Media :



- Bentuknya yang mencolok sehingga dapat menarik perhatian orang yang melintas didepannya untuk membaca pesan didalamnya.

Konsep Desain :

- Desain yang digunakan dalam x-banner adalah *simple* dengan garis lengkung dan terdapat logo “Maranatha Futsal Court” dan ilustrasi seorang kiper menangkap bola.

Penempatan Media :

- Biasanya ditempatkan di ruang resepsionis “Maranatha Futsal Court ”.

3. Media lini bawah

a) Spanduk

Alasan Pemilihan Media :

- Spanduk merupakan media iklan yang sangat strategis karena dapat di pasang di tempat umum.

Konsep Desain :

- Desain yang digunakan dalam spanduk adalah desain yang *simple* dengan garis lengkung, terdapat logo “Maranatha Futsal Court” dan ilustrasi seorang kiper menangkap bola.

Penempatan Media :

- Media ini biasanya ditempatkan di tempat-tempat keramaian. Di pasang pada halaman pintu sebagai identitas perusahaan. Dapat juga dipasang pada jalan jalan strategis agar mudah di ketahui banyak orang.

b) Leaflet

Alasan Pemilihan Media :

- Media promosi ini merupakan media yang efektif sebagai promosi karena bentuknya yang berupa lembaran yang berisikan berita dari fasilitas-fasilitas yang ada di Maranatha Futsal Court.

Konsep Desain :

- Di desain menggunakan satu muka dengan menempatkan data produk dan fasilitas-fasilitas “Maranatha Futsal Court”. Desain yang digunakan dalam leaflet adalah desain yang *simple* dengan garis lengkung dengan logo “Maranatha Futsal Court” dan ilustrasi seorang kiper menangkap bola.

Penempatan Media :

- Ditempatkan di meja resepsionis dan dapat dibagikan kepada masyarakat pada acara-acara tertentu agar masyarakat mengetahui tentang Maranatha Futsal Court.

c) Flag Chain

Alasan Pemilihan Media :

- *Flag Chain* adalah sebuah media yang berupa bendera kecil yang dipasang berjajar dan digantung diatas ruangan hiasan. Jadi dalam penempatan tersebut sangat efektif karena tampak mencolok.

Konsep Desain :

- Desain berupa logo dan diapit dua ilustrasi bola.

Penempatan Media :

- Di tempatkan pada pintu perusahaan sebagai identitas diri dari perusahaan itu sendiri. Namun biasanya ditempatkan sebagai penghias ruangan perusahaan. Penempatan media ini biasanya hanya sebagai hiasan ruangan tetapi apabila perusahaan mengadakan acara-acara biasanya media ini sering di tunjukkan sebagai hiasan sekaligus promosi perusahaan.

4. Souvernir dan *merchandise*

a) Gantungan Kunci

Alasan Pemilihan Media :

- Gantungan kunci yang sangat digemari audience sebagai souvenir perusahaan.

Konsep Desain :

- Gantungan kunci ini dibuat dari lempengan besi dan *glossy papper* yang berbentuk bulat. Desain yang digunakan adalah ilustrasi bola dan terdapat logo didalamnya.

Penempatan Media :

- Gantungan kunci ini dibagikan secara cuma-cuma kepada pelanggan dengan syarat-syarat tertentu.

b) Pembatas Buku

Alasan Pemilihan Media :

- Dilihat dari pelanggan yang sebagian besar masih bersekolah, maka pembatas buku sangat efektif sebagai media iklan.

Konsep Desain :

- Desain yang digunakan dalam pembatas buku adalah desain yang *simple* dengan garis lengkung dan terdapat logo “Maranatha Futsal Court” dan ilustrasi bola.

Penempatan Media :

- Pembatas buku ini dibagikan secara cuma-cuma kepada pelanggan.

c) Stiker

Alasan Pemilihan Media :

- Stiker sangat digemari *audience* sebagai souvenir perusahaan. Karena dapat ditempel dimana saja.

Konsep Desain:

- Desain terdapat logo, alamat dan ilustrasi garis lengkung.

Penempatan Media :

- Dibagikan secara cuma-cuma kepada pelanggan setelah menyewa lapangan. Penempatan media ini hanya sebagai *souvenir* atau kenang-kenangan.

d) Pin

Alasan Pemilihan Media :

- Pin sangat digemari *audience* sebagai souvenir perusahaan. Karena bentuknya yang unik dapat tempelkan di tas atau kaos.

Konsep Desain :

- Pin ini dibuat dari lempengan besi dan *glossy papper* yang berbentuk bulat. Desain yang digunakan adalah ilustrasi bola dan terdapat logo didalamnya.

Penempatan Media :

- Dibagikan secara cuma-cuma untuk pelanggan sebagai *souvenir* dengan syarat tertentu.

e) Mug

Alasan Pemilihan Media :

- Selain untuk tempat minum, mug juga sangat efektif untuk media iklan.

Konsep Desain :

- Desain yang digunakan dalam mug adalah desain yang *simple* dengan garis lengkung dan terdapat logo “Maranatha Futsal Court” dan ilustrasi bola.

Penempatan Media:

- Dibagikan secara cuma-cuma untuk pelanggan sebagai *souvenir* dengan syarat tertentu.

f) Kaos

Alasan Pemilihan Media :

- Kaos dipilih sebagai media karena kaos sangat penting digunakan dalam olahraga sebagai seragam.

Konsep Desain :

- Terdapat sebuah logo yang di letakkan di depan.

Penempatan Media :

- Dibagikan secara cuma-cuma untuk pelanggan sebagai *souvenir* dengan syarat tertentu.

g) Topi

Alasan Pemilihan Media :

- Topi dipilih sebagai media karena dapat digunakan untuk asesoris sebagai seragam.

Konsep Desain :

- Terdapat sebuah logo yang di letakkan di depan.

Penempatan Media :

- Topi dibagikan secara cuma-cuma untuk pelanggan sebagai *souvenir* dengan syarat tertentu.

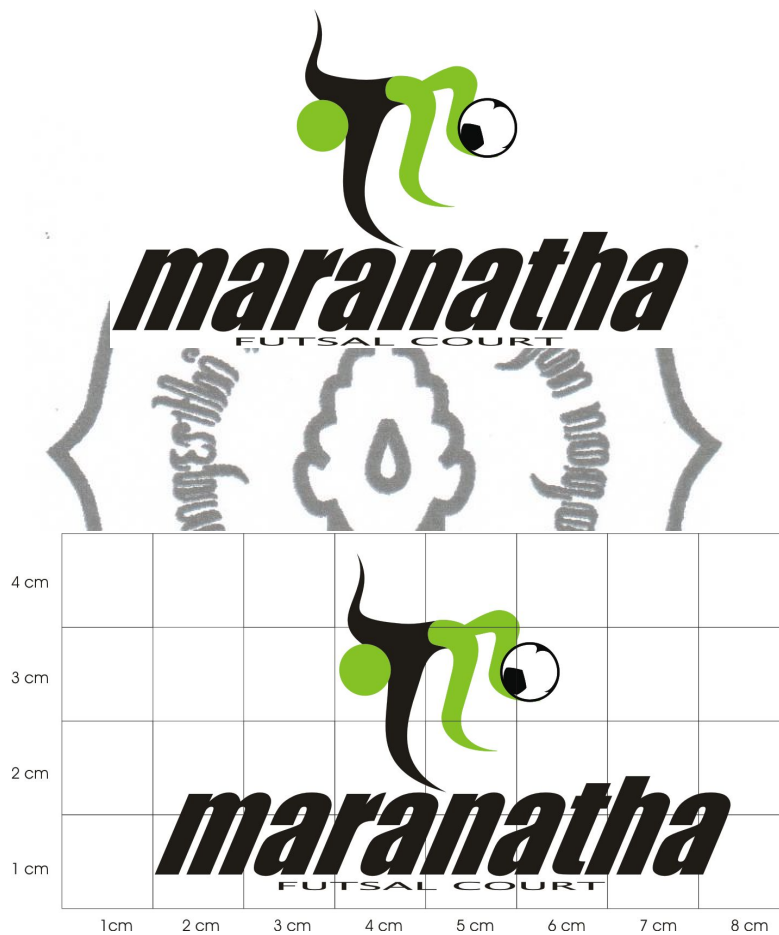


BAB IV

VISUALISASI KARYA

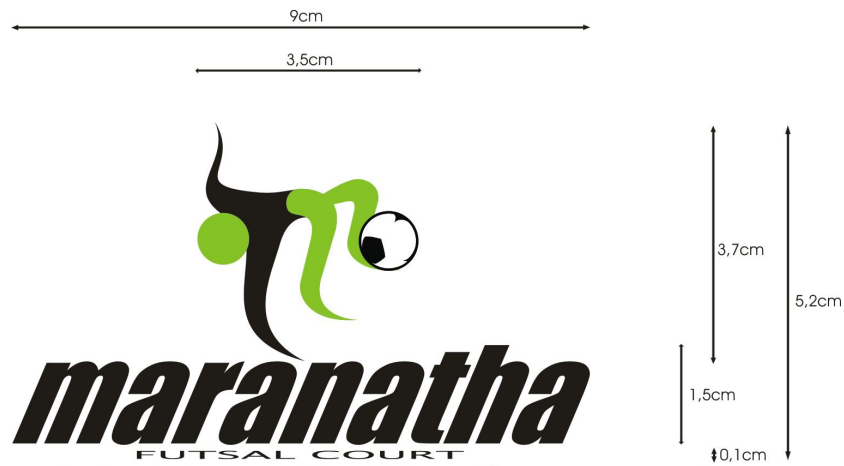
A. Logo

Grid



Configurasi

commit to user



Colour Guide



C= 40
M= 0
Y= 100
K= 0



C= 0
M= 0
Y= 0
K= 100



C= 0
M= 0
Y= 0
K= 0

Scale



Penggunaan Logo Di Warna Gelap dan Terang

commit to user

Warna Terang

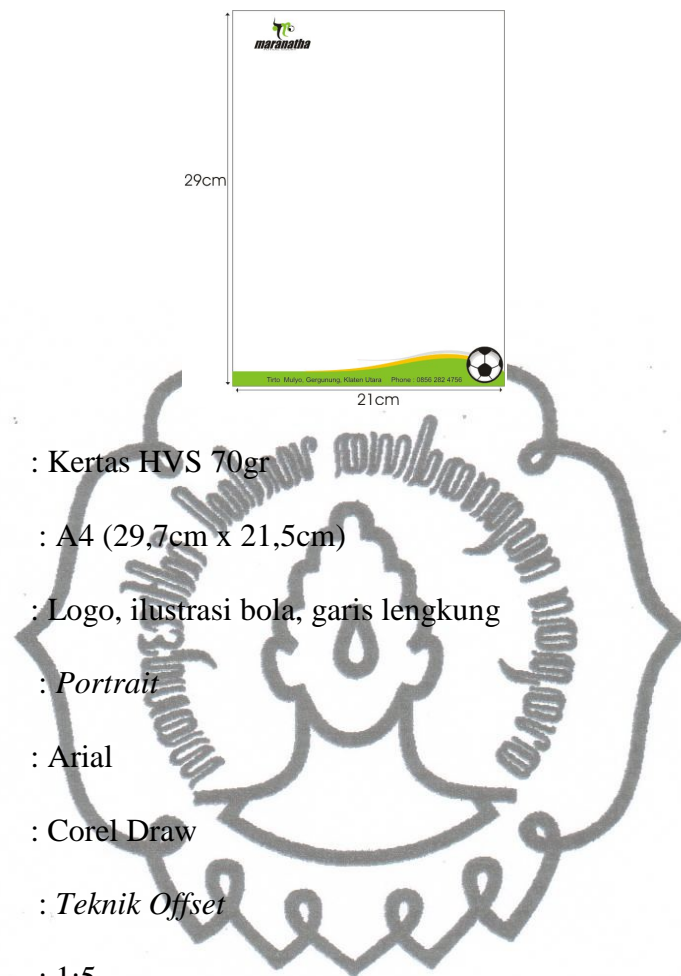


Warna gelap



B. Media Penunjang Administrasi (*Stasionery*)

1.Kop Surat



Media/ Bahan : Kertas HVS 70gr

Ukuran : A4 (29,7cm x 21,5cm)

Ilustrasi desain : Logo, ilustrasi bola, garis lengkung

Format desain : *Portrait*

Jenis Font : Arial

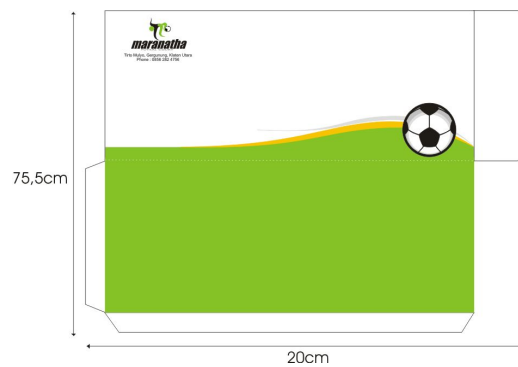
Proses Visualisasi : Corel Draw

Realisasi : *Teknik Offset*

Skala : 1:5

Penempatan media : Rak kantor

2. Amplop



Media/ Bahan : Kertas HVS 70gr

Ukuran : 11cm x 23cm

Ilustrasi desain : Logo, ilustrasi bola, garis lengkung

Format desain : *landscape*

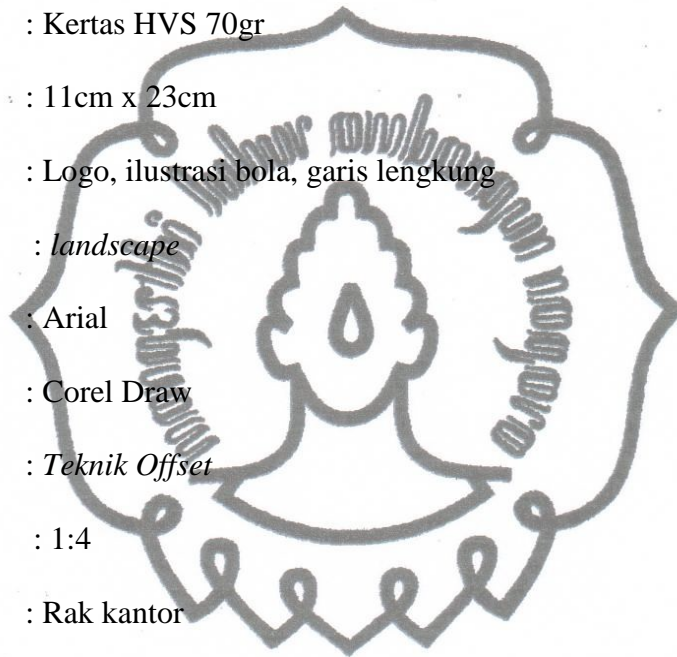
Jenis Font : Arial

Proses Visualisasi : Corel Draw

Realisasi : *Teknik Offset*

Skala : 1:4

Penempatan media : Rak kantor



3. Kartu Nama (*Name Card*)



Media/ Bahan : *Art Papper*

Ukuran : 5cm x 9cm

Ilustrasi desain : Logo, ilustrasi bola, garis lengkung

Format desain : Horisontal

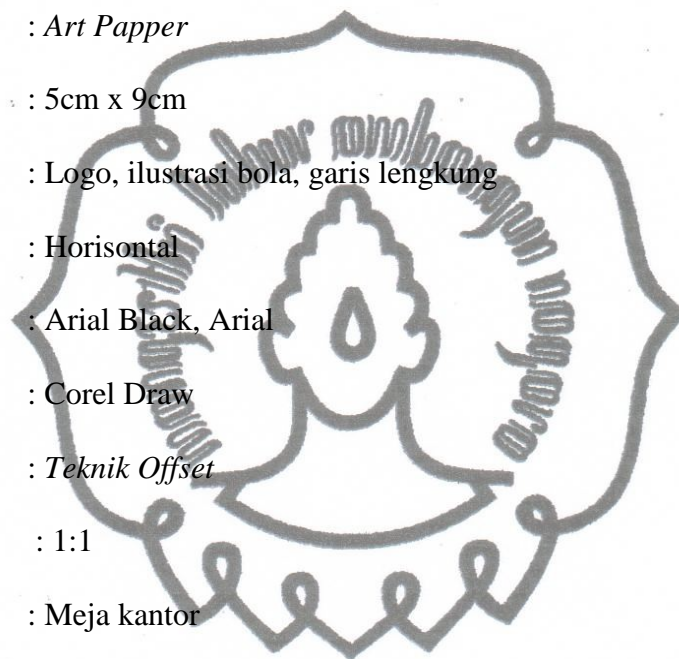
Jenis Font : Arial Black, Arial

Proses Visualisasi : Corel Draw

Realisasi : *Teknik Offset*

Skala : 1:1

Penempatan media : Meja kantor

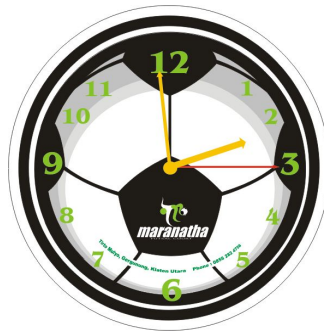


4. Map

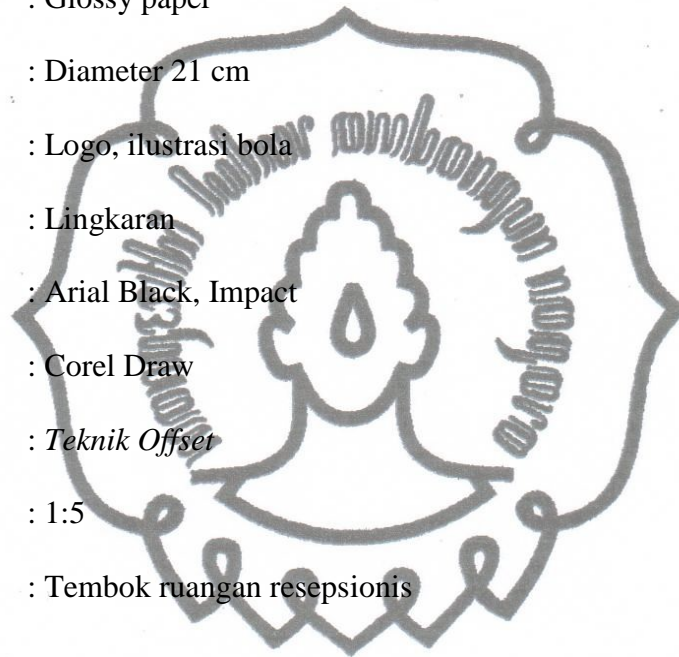


Media/ Bahan	: <i>Art Papper</i>
Ukuran	: 32cm x 23,5cm
Ilustrasi desain	: Logo, ilustrasi bola, garis lengkung
Format desain	: <i>Portrait</i>
Jenis Font	: Arial, Arial Black, Kabel Ult BT, Impact, Times New Roman
Proses Visualisasi	: Corel Draw
Realisasi	: <i>Teknik Offset</i>
Skala	: 1:8
Penempatan media	: Rak kantor.

5. Jam Dinding



Media/ Bahan	: Glossy paper
Ukuran	: Diameter 21 cm
Ilustrasi desain	: Logo, ilustrasi bola
Format desain	: Lingkaran
Jenis Font	: Arial Black, Impact
Proses Visualisasi	: Corel Draw
Realisasi	: <i>Teknik Offset</i>
Skala	: 1:5
Penempatan media	: Tembok ruangan resepsionis



6. Kalender



Media/ Bahan : Kertas Hammer

Ukuran : 41,5 cm x 12,5 cm

Ilustrasi desain : Logo, ilustrasi bola, garis lengkung

Format desain : Horisontal

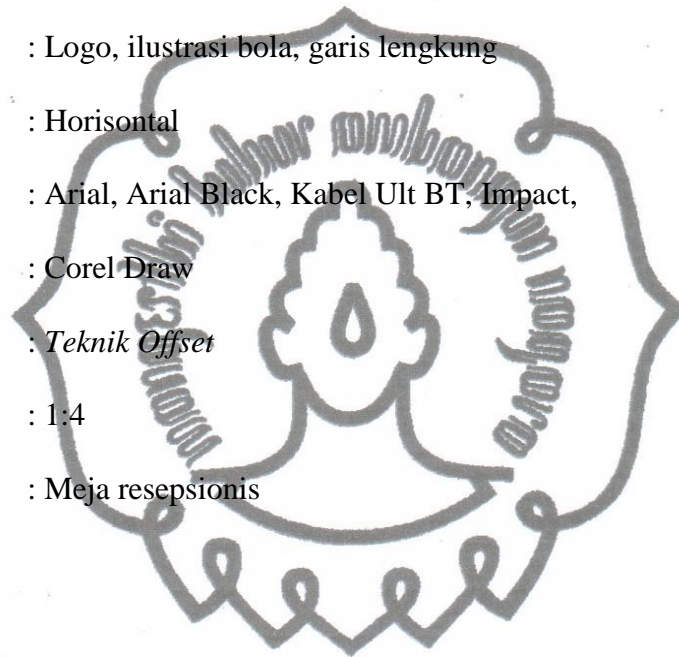
Jenis Font : Arial, Arial Black, Kabel Ult BT, Impact,

Proses Visualisasi : Corel Draw

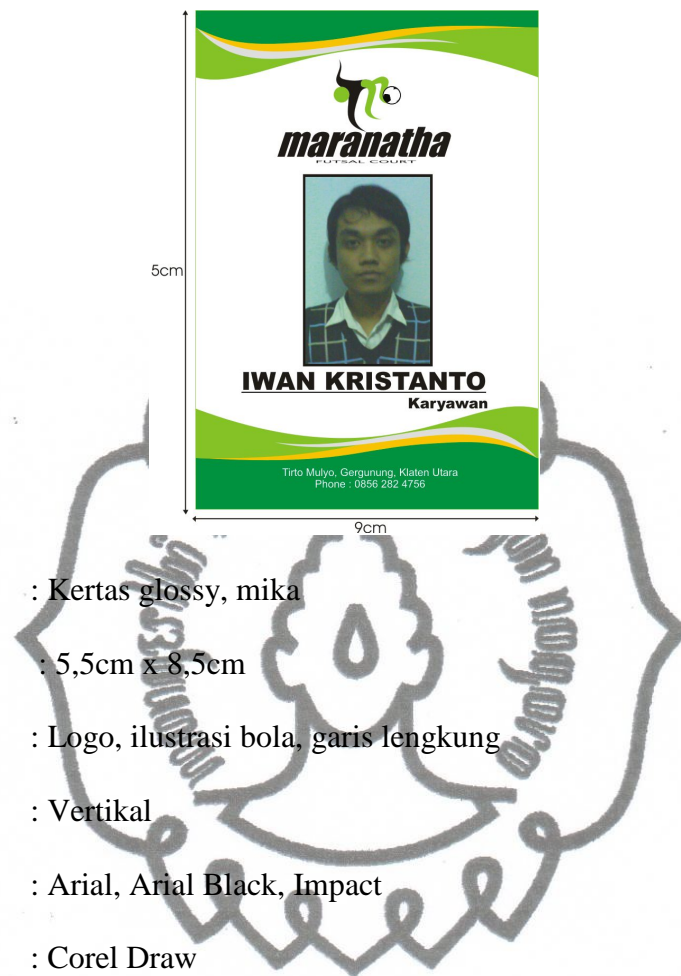
Realisasi : Teknik Offset

Skala : 1:4

Penempatan media : Meja resepsionis



7. Id Card



Media/ Bahan	: Kertas glossy, mika
Ukuran	: 5,5cm x 8,5cm
Ilustrasi desain	: Logo, ilustrasi bola, garis lengkung
Format desain	: Vertikal
Jenis Font	: Arial, Arial Black, Impact
Proses Visualisasi	: Corel Draw
Realisasi	: <i>Teknik Offset</i>
Skala	: 1:1
Penempatan media	: Dikalungkan pada karyawan

[illegible]

Ukuran : 12cm x 10cm

Format desain : Vertikal


Proses Visualisasi : Corel Draw

Skala : 1:2

Penempatan media : Laci kantor

9. Daftar sewa

74cm

 maranatha		Jadwal Sewa						
JAM/ TANGGAL		MIGGU	SENIN	SELASA	RABU	KAMIS	JUMAT	SABTU
06.00								
07.00								
08.00								
09.00								
10.00								
11.00								
12.00								
13.00								
14.00								
15.00								
16.00								
17.00								
18.00								
19.00								
20.00								
21.00								
22.00								
23.00								

Selalu pemesanan jam harus DP Rp. 25.000 kepada bagian resepsionis.

Apabila ada pembatalan harus lapor 1 hari sebelum hari penyewaan dan DP akan di kembalikan 50%.

Pemesan harus tepat waktu sesuai jam dan hari yang di sewa, apabila keterlambatan lebih dari 15 menit akan diganti penyewa lain.

Media/ Bahan : *White Board*

Ukuran : 160 x 100cm

Ilustrasi desain : Logo, ilustrasi bola, garis lengkung

Format desain : Horisontal

Jenis Font : Arial, Arial Black, Impact,

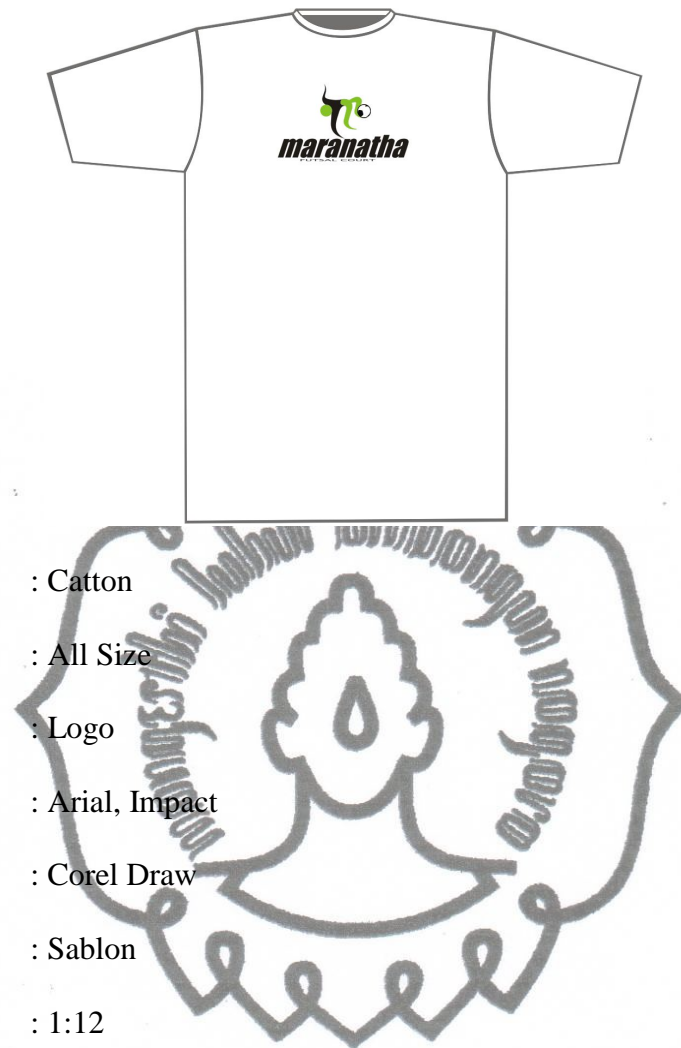
Proses Visualisasi : Corel Draw

Realisasi : *Teknik Offset*

Skala : 1:10

Penempatan media : Tembok ruang tunggu

10. Kaos



Media/ Bahan	: Catton
Ukuran	: All Size
Ilustrasi desain	: Logo
Jenis Font	: Arial, Impact
Proses Visualisasi	: Corel Draw
Realisasi	: Sablon
Skala	: 1:12
Penempatan media	: Untuk seragam karyawan

C. Media Lini Atas

1. Iklan Koran



Media/ Bahan	: Kertas koran
Ukuran	: 3 kolom (42 mm x 3 mm x 6 mm)= 132 mm
Ilustrasi desain	: Logo, ilustrasi bola, garis lengkung
Format desain	: <i>Portrait</i>
Jenis Font	: Arial, Arial Black, Kabel Ult BT, Impact
Proses Visualisasi	: Corel Draw
Realisasi	: <i>Teknik Offset</i>
Skala	: 1:2
Nama Koran	: Solo Pos
Halaman penempatan	: Layanan jasa
Waktu tayang	: 1 kali tayang

2. Poster



Media/ Bahan	: Art paper
Ukuran	: A2 (28cm x 41cm)
Ilustrasi desain	: Logo, ilustrasi bola, garis lengkung
Format desain	: Portrait
Jenis Font	: Arial, Arial Black, Kabel Ult BT, Impact
Proses Visualisasi	: Corel Draw
Realisasi	: <i>Teknik Offset</i>
Skala	: 1:5
Penempatan media	: Ditempel di tempat-tempat yang strategis

3. X-Banner



Media/ Bahan	: MMT (<i>Korean Flag</i>)
Ukuran	: 160cm x 60cm
Ilustrasi desain	: Logo, ilustrasi bola, garis lengkung
Format desain	: Vertikal
Jenis Font	: Arial, Arial Black, Kabel Ult BT, Impact
Proses Visualisasi	: Corel Draw
Realisasi	: <i>Digital Print</i>
Skala	: 1:13
Penempatan media	: Di pintu masuk ruangan

4. Papan Nama



Media/ Bahan : MMT

Ukuran : 80 cm x40 cm

Ilustrasi desain : Logo, ilustrasi garis lengkung

Format desain : Horisontal

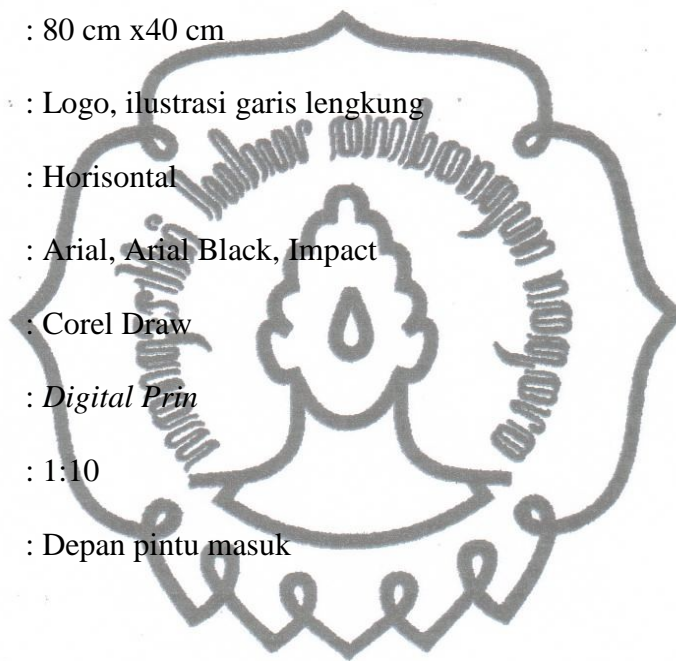
Jenis Font : Arial, Arial Black, Impact

Proses Visualisasi : Corel Draw

Realisasi : *Digital Prin*

Skala : 1:10

Penempatan media : Depan pintu masuk



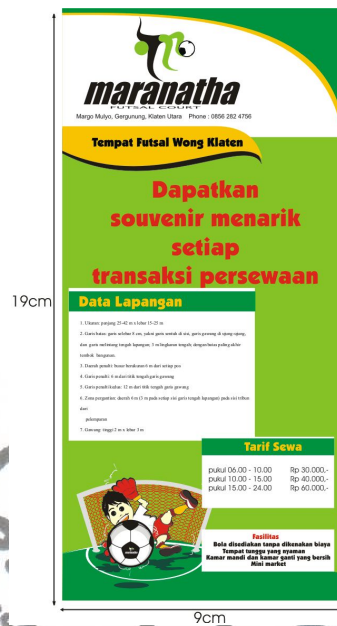
D. Media Lini Bawah

1. Spanduk



Media/ Bahan	: MMT
Ukuran	: 300cm x 100cm
Ilustrasi desain	: Logo, ilustrasi bola, garis lengkung
Format desain	: Horisontal
Jenis Font	: Arial, Arial Black, Kabel Ult BT, Impact
Proses Visualisasi	: Corel Draw
Realisasi	: <i>Digital Printing</i>
Skala	: 1:30
Penempatan media	: Di tempat yang strategis

2. Leaflet



Media/ Bahan : Kertas HVS 70gr

Ukuran : 9 cm x 19cm

Ilustrasi desain : Logo, ilustrasi bola, garis lengkung

Format desain : *Portrait*

Jenis Font : Arial, Arial Black, Kabel Ult BT, Impact, Times New Roman.

Proses Visualisasi : Corel Draw

Realisasi : *Teknik Offset*

Skala : 1:2

Penempatan media : Meja Resepsionis

3. Flag Chains



Media/ Bahan : Glossy paper

Ukuran : 17,5cm x 16,28cm

Ilustrasi desain : Logo, ilustrasi bola, garis lengkung

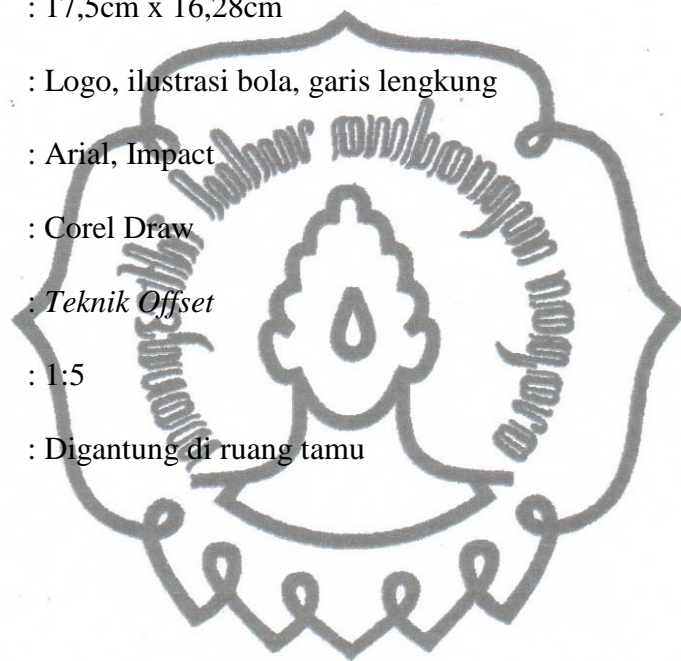
Jenis Font : Arial, Impact

Proses Visualisasi : Corel Draw

Realisasi : *Teknik Offset*

Skala : 1:5

Penempatan media : Digantung di ruang tamu



E. Souvenir dan Marchendise

1. Gantungan kunci



Media/ Bahan : Glossy Paper, lempengan besi, laminasi dof

Ukuran : Diameter 4,5cm

Ilustrasi desain : Logo, ilustrasi bola, garis lengkung

Format desain : Lingkaran

Jenis Font : Arial, Impact

Proses Visualisasi : Corel Draw

Realisasi : *Teknik Offset*

Skala : 1:1

Penempatan media : Dibagi untuk penyewa

2. Pembatas Buku



Media/ Bahan	: Glossy Paper
Ukuran	: 16cm x 3,5cm
Ilustrasi desain	: Logo, ilustrasi bola, garis lengkung
Format desain	: Horisontal
Jenis Font	: Arial, Arial Black, Kabel Ult BT, Impact
Proses Visualisasi	: Corel Draw
Realisasi	: Teknik Offset
Skala	: 1:1
Penempatan media	: Dibagikan secara Cuma-Cuma untuk tamu

3. Stiker



Media/ Bahan : Sticker Glossy

Ukuran : 4 cm x 8 cm

Ilustrasi desain : Logo, ilustrasi bola, garis lengkung

Format desain : Horisontal

Jenis Font : Arial, Impact

Proses Visualisasi : Corel Draw

Realisasi : Teknik Offset

Skala : 1:1

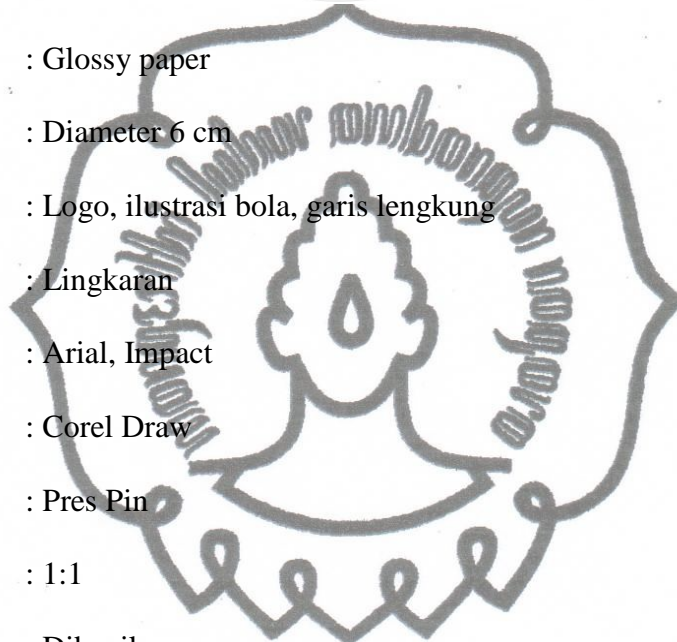
Penempatan media : Dibagikan para penyewa



4. Pin



Media/ Bahan	: Glossy paper
Ukuran	: Diameter 6 cm
Ilustrasi desain	: Logo, ilustrasi bola, garis lengkung
Format desain	: Lingkaran
Jenis Font	: Arial, Impact
Proses Visualisasi	: Corel Draw
Realisasi	: Pres Pin
Skala	: 1:1
Penempatan media	: Dibagikan para penyewa



5. Mug



Media/ Bahan : Keramik

Ukuran : Diameter 8 cm, tinggi 8 cm

Ilustrasi desain : Logo, ilustrasi bola, garis lengkung

Format desain : lingkaran

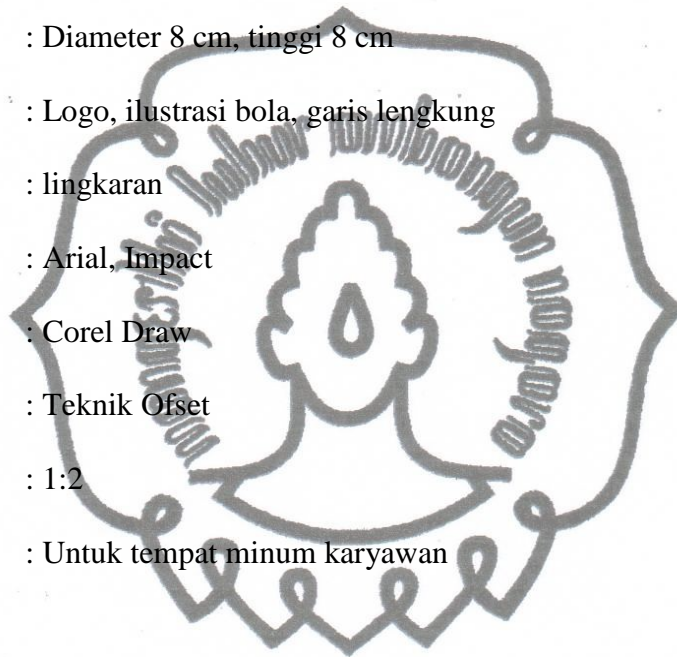
Jenis Font : Arial, Impact

Proses Visualisasi : Corel Draw

Realisasi : Teknik Offset

Skala : 1:2

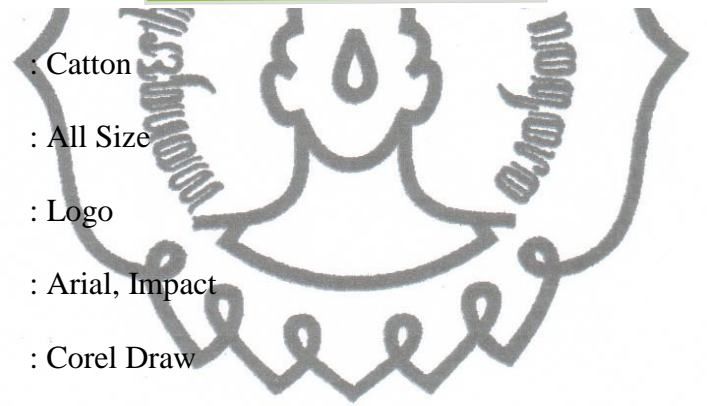
Penempatan media : Untuk tempat minum karyawan



6. Kaos



Media/ Bahan	: Catton
Ukuran	: All Size
Ilustrasi desain	: Logo
Jenis Font	: Arial, Impact
Proses Visualisasi	: Corel Draw
Realisasi	: sablon
Skala	: 1:12
Penempatan media	: Sebagai <i>souvenir</i> penyewa



7. Topi



Media/ Bahan	: Kain kanvas
Ukuran	: All Size
Ilustrasi desain	: Logo
Jenis Font	: Arial, Impact
Proses Visualisasi	: Corel Draw
Realisasi	: bordir
Skala	: 1:10
Penempatan media	: Sebagai <i>souvenir</i> penyewa

